

2027年2月期
第1四半期 決算説明会資料

2026年6月30日

andSTHD

Copyright© and ST HD Co.,Ltd.All rights reserved

目次

1. 2027年2月期 第1四半期 総括	
• 2027年2月期 第1四半期の振り返り	4
2. 2027年2月期 第1四半期 業績	
• 連結損益計算書	6
• 新アダストリア社+アンドエスティ社+ アンドエスティHDおよびグループ会社 売上高・営業利益	9
• プラットフォーム事業	10
• グローバル事業	13
• ブランドリテール事業	15
• 出退店実績	17
• 連結貸借対照表	18
• 2027年2月期 通期業績予想	19

1. 2027年2月期 第1四半期 総括

代表取締役社長 福田 泰生

andSTHD

3

Copyright© and ST HD Co.,Ltd.All rights reserved

代表取締役の福田です。
私からは、2027年2月期 第1四半期の振り返りについて、ご説明いたします。

成果

計画を上回り、第1四半期として過去最高となる売上・営業利益を創出できた
値入の改善と在庫コントロールによる値引抑制を実現し、特にリアル店舗の
粗利が改善、従業員のモチベーションも高まる好循環
将来に向け、Z世代をターゲットとした新たなグループ会社のM&Aを実施

課題

下期の為替環境や原価上昇は引き続き慎重に対応が必要
最大ブランドであるグローバルワークの回復は道半ば

当第1四半期は、期初の計画を上回って好調な推移となり、過去最高の売上・営業利益を創出することができました。

堅実な予算設計をベースに、トレンドを捉えながら追加生産を機動的に行うことで、在庫コントロールの精度を高めつつ、粗利の改善につなげることができました。また、リアル店舗の集客強化にも取り組み、全体の数字を牽引してくれました。

この過去最高益は現場でお客さまに向き合った従業員の多大な貢献によるものです。そのため、今年の夏季賞与については、予算未達だった前期下期の実績に連動する仕組みではありますが、特別加算を行い満額支給とすることとしました。

計画外の支出ではありますが、従業員のモチベーションを高め、中長期的な企業価値向上につながるものと考えております。

また、将来に向けた投資として、Z世代をターゲットとした越境ECを展開する株式会社シックスティーパーセントのM&Aも実施いたしました。プラットフォーム事業における、新たな価値の提供と成長につながることを期待しています。

一方、課題としましては、下期にかけて為替の円安影響がより顕在化することや、中東情勢に起因する原価上昇リスクに対し、引き続き慎重に対応していく必要があります。また、当社最大ブランドであるグローバルワークは、利益水準に改善の兆しが見えつつあるものの、トップラインの力強い成長軌道に戻ったとは言い切れず、未だ回復の道半ばにあります。

しかしながら、この第1四半期の実績は、人件費等の先行投資を行い、かつ主力ブランドに依然として成長の余白、即ち伸び代を残しているものでもあり、当社はこの数字以上のポテンシャルを持っていると確信しております。

第1四半期3ヶ月間の結果に一喜一憂することなく、中長期的な企業価値の向上と、あわせて今期業績予想以上の結果を残せる様、引き続き経営に取り組んでまいります。

2. 2027年2月期 第1四半期 業績

取締役 林 正武

andSTHD

5

Copyright© and ST HD Co.,Ltd.All rights reserved

取締役の林です。
私からは、2027年2月期 第1四半期の業績について、ご説明いたします。

全体概要

売上高・営業利益ともに第1四半期として過去最高となり、利益率も改善
 当期純利益は一過性費用で減益も、売上・各段階利益で期初計画を超過

(百万円)

	2026/2期 第1四半期 実績		2027/2期 第1四半期 実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	77,464	100.0%	80,318	100.0%	103.7%
売上総利益	43,837	56.6%	46,474	57.9%	106.0%
販管費	38,233	49.4%	38,598	48.1%	101.0%
広告宣伝費	2,775	3.6%	2,221	2.8%	80.0%
人件費	13,770	17.8%	14,291	17.8%	103.8%
設備費*	13,677	17.7%	14,163	17.6%	103.6%
その他	8,010	10.3%	7,922	9.9%	98.9%
営業利益	5,603	7.2%	7,875	9.8%	140.5%
経常利益	5,423	7.0%	8,047	10.0%	148.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,374	5.6%	3,908	4.9%	89.4%
EBITDA	8,423	10.9%	10,702	13.3%	127.1%
減価償却費	2,716	3.5%	2,781	3.5%	102.4%
のれん償却費	103	0.1%	45	0.1%	44.1%

*：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

まず連結損益の全体概要をご説明いたします。

2027年2月期第1四半期の連結売上高は803億円と、前年同期から28億円増加しました。
 連結営業利益は78億円と、22億円の増益となり、
 売上高・営業利益ともに第1四半期として過去最高を達成しました。

期初に発表した業績予想に対し、営業利益は約15億円程度上回って推移しています。
 当期純利益は、一過性の特別損失により減益となりましたが、計画は上回っています。

売上高は各事業とも計画通りに推移し、好調なアダストリアが卸や米国事業の減少をカバー
売上総利益率は値入改善と値引き抑制が奏功、事業ミックスの変化もあり計画を上回る改善を実現

売上高

803億円 (前年同期比：103.7%)

・ **プラットフォーム事業**
*連結消去前

35億円

and STへの外部ブランド参画は順調
卸売が減少

・ **グローバル事業**

56億円

2025年7月に米国事業を撤退し減収
中国大陸・香港・台湾・東南アジア全エリアで増収

・ **ブランドリテール事業**
*連結消去前

745億円

アダストリアの好調が牽引
国内グループ会社は、カリマーの純増で増収

売上総利益率

57.9% (前年同期差：+1.3p)

在庫コントロールによる値引き抑制、値入改善、ECのオープン化売上増加、卸売事業の縮小による押し上げ

連結損益計算書のサマリーをご説明いたします。

売上高については、
プラットフォーム事業・グローバル事業は概ね計画通りの進捗、
ブランドリテール事業が中核企業であるアダストリアの好調により、計画を超過しました。
プラットフォーム事業に含まれていた卸売の減少や、
グローバル事業に含まれていた米国事業撤退のマイナス影響をカバーしました。

プラットフォーム事業の売上高は、連結消去前で35億円となりました。
卸売が減少しましたが、自社ECモール「and ST」への外部ブランドの参画は、順調に増加しました。

グローバル事業の売上高は、56億円となりました。
中国大陸・香港・台湾・東南アジアの全てのエリアで増収しました。
2025年7月に米国事業から撤退した影響で、グローバル事業合計としては減収しています。

ブランドリテール事業の売上高は、連結消去前で745億円となりました。
アダストリアの好調が、全体を牽引しました。

売上総利益率は57.9%となり、前年から1.3ポイント改善し、計画を上回りました。
在庫コントロールによる値引きの抑制、原価低減による値入の改善が主な要因です。

広告宣伝の効率化により大きく改善、その他の費目も売上の伸び率の範囲内にコントロール
営業利益は計画を上回る増益、当期利益の減少は一過性要因

販管費率

48.1% (前年同期差：▲1.3p)

- 広告宣伝費 **2.8%** (同：▲0.8p ▲5.5億円) 前年の旗艦店オープンの反動と、広告宣伝の効率化
- 人件費 **17.8%** (同：+0.0p +5.2億円) 処遇改善を継続も、売上の伸長や稼働効率化で率は横ばい
- 設備費 **17.6%** (同：▲0.1p +4.8億円) 売上の伸長により増加も、率は改善
- その他 **9.9%** (同：▲0.4p ▲0.8億円) 米国の撤退などで、金額・率ともに低減

営業利益

78億円 (前年同期比：140.5%)

営業利益率：9.8% EBITDA率：13.3%

経常利益

80億円 (前年同期比：148.4%)

営業外損益 為替差益0.9億円、支払利息0.5億円など

当期純利益

39億円 (前年同期比：89.4%)

特別損失 特別功労金12億円、店舗減損0.7億円

販管費率は48.1%と、前年同期から1.3ポイント抑制しました。
売上高は計画を超過しましたが、販管費は金額としてほぼ計画と同程度にコントロールされています。

広告宣伝費は、前年に実施した旗艦店オープンに合わせたプロモーションの反動と、効率化により抑制しました。
人件費は、従業員の処遇改善を続けましたが、売上の伸長や、店舗と本部の稼働効率化により、売上高比率は前年並みとなりました。
設備費は、売上の伸長により変動家賃が増加しましたが、売上高比率は低減しました。
その他費用は、米国の撤退やのれん償却費の減少などで、金額・売上比率ともに低減しました。

以上の結果、営業利益は前年同期比140.5%の、78億円となりました。

経常利益は80億円です。

特別損失として、退任した2名の取締役への特別功労金12億円、店舗減損7千万円を計上し、当期純利益は39億円となりました。

- ・旧アダストリア単体に相当する3社連結（新アダストリア社+アンドエスティ社+アンドエスティHD）は増収増益
- ・国内グループ会社は、M&Aで増加したカリマー社の純増で増収増益
- ・海外グループ会社は、米国撤退で減収も、それを除くアジア事業では前年同期比120%、米国の赤字減で増益
- ・飲食のゼットンには国内事業が堅調で若干の増収、新店費用もあり利益は横ばい

(百万円)

	2026/2期 第1四半期 実績	2027/2期 第1四半期 実績		
			増減	前年同期比
売上高	77,464	80,318	2,853	103.7%
新アダストリア+AST+HD ^{*1}	61,460	64,932	3,472	105.6%
国内グループ会社 ^{*2}	6,670	6,915	245	103.7%
海外グループ会社 ^{*3}	6,498	5,678	▲ 819	87.4%
ゼットン ^{*4}	3,826	3,886	60	101.6%
連結調整等	▲ 990	▲ 1,094	▲ 104	-
営業利益 (HD化影響除く)	5,603	7,875	2,271	140.5%
新アダストリア+AST+HD ^{*1}	4,624	6,742	2,117	145.8%
国内グループ会社 ^{*2}	713	724	11	101.6%
海外グループ会社 ^{*3}	169	277	107	163.4%
ゼットン ^{*4}	59	57	▲ 1	97.0%
連結調整等	37	73	36	-

*1：2026年2月期は旧アダストリアと旧アンドエスティの連結消去、2027年2月期は旧アンドエスティと新アダストリアと旧アンドエスティHDとの連結消去を加味

*2：旧BUZZWIT・旧エレメントール・カリマーインターナショナルの単純合算、カリマーインターナショナルは2月~4月、2025年4月末から連結開始

*3：海外法人(中国大陸・香港・台湾・タイ・フィリピン・米国)は1月~12月、売上高は内部取引消去後、営業利益は単純合算

*4：旧ゼットンは、米国事業ZETTON, INC.を含む。

グループ会社毎の実績です。

旧アダストリアとの比較のために開示しております、
新アダストリア、アンドエスティ、アンドエスティHDの3社連結は、増収増益となりました。

国内グループ会社は、M&Aで昨年第2四半期から加わったカリマーの純増などで増収増益となりました。

海外グループ会社は、売上高が前年から減少していますが、前年に米国事業から撤退した影響であり、それを除くと前年同期比120%で推移しています。

営業利益は、米国の赤字減も含め、大きく伸ばすことができました。

飲食事業のゼットンは、国内事業が堅調で若干の増収、利益は横ばいとなりました。

■ and STのGMVは、計画を上回る推移

and ST GMV

131億円

(第1四半期3ヶ月)

(前年同期比：111.8%)

内、自社グループ販売

113億円

(前年同期比：106.0%)

構成比

87.0%

内、グループ外販売

17億円

(前年同期比：172.9%)

構成比

13.0%

and ST 総会員数

約2,220万人

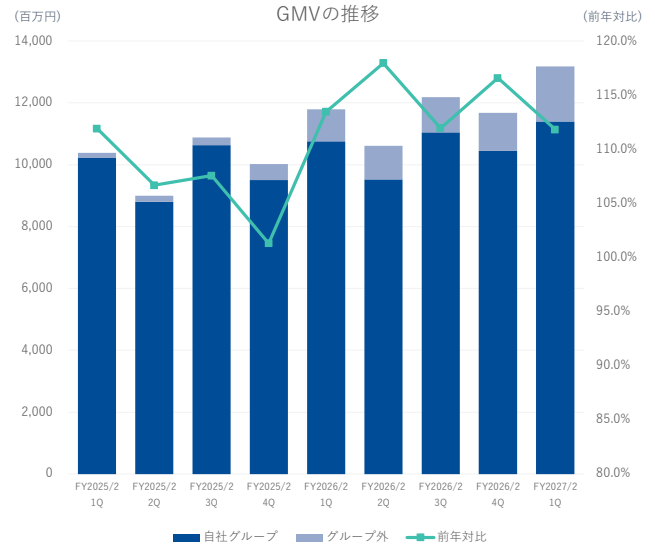
(5月31日時点)

(前期末比：+50万人)

アクティブ会員数

約810万人

(前期末比：+30万人)



次に、事業別の状況をご説明します。

まずプラットフォーム事業では、ECサイト「and ST」のGMVは、前年同期比111.8%の131億円となりました。

内訳としては、自社グループ販売で113億円、グループ外の販売で17億円、グループ外の構成が13%と前年同期の8.8%から順調に増加しました。通期で目標としている、500億円のGMVに対して、計画通りのペースで進捗しています。

ECとリアル店舗共通の会員制度であるand STの総会員数は、前期末から50万人増加し、2,220万人となりました。アクティブ会員数も30万人増加し、810万人となっております。

■ 第1四半期のグループ外のブランド参画数は21ショップ ■ 越境ECプラットフォームの株式取得

グループ外
ショップ数

(5月31日時点)

74ショップ

(前年同期比：+41ショップ)

- 韓国を中心としたアジアンファッションの越境ECモールを運営する株式会社シックスティーパーセントの株式68%を取得
- アジア各国の気鋭のストリートブランドを中心に、2,700以上のブランドが集まり、10代~20代が支持
- 最先端のアジアンファッション・カルチャーを取り込み、プラットフォーム事業を強化



「and ST」に出店している、グループ外のショップ数は、前年同期比で41ショップ増加し、74ショップです。

多くのブランド、ショップに参画いただくことができ、モールとしての価値向上につながっていると考えています。今期は、フリーズマートやジルズチュアートなど、株式会社TSIホールディングスさまの各ブランドにも順次ご出店をいただいています。

また、6月17日に、韓国を中心としたアジアンファッションの越境ECモール、シックスティーパーセント社の株式68%を取得することを発表しました。最新のストリートブランドが数多く出店しており、当社グループの課題の1つであるZ世代の取り込みに貢献し、プラットフォーム事業の強化につながると考えています。

アンドエスティとの協業により、今後大きく伸ばせるポテンシャルがあると期待しています。

■ 「and ST」の認知および会員基盤のさらなる拡大を目指し、TVCMの放映とキャンペーンを実施

- 5月13日～5月31日の期間、前年よりも規模を拡張して全国24エリアで放映し、メディア露出を強化
- EC・リアル店舗共通の20%ポイント還元をメインに、「and ST WEEK」のキャンペーン施策を実施し、期間中には連動したTVCMを放映
- TVCM放映期間中の新規会員獲得数は、前年同期比107.0%を達成



■ 外部連携と決済機能の強化によるand STポイント経済圏の深化

- dポイント・楽天ポイントとの連携に加え、3月より「JALマイル」との相互交換サービスを開始
- ポケットカード社と提携し、自社クレジットカード「and ST CARD」を新規発行リリース半年で、累計利用金額は想定約2倍で推移し、「and ST CARD」を保有する会員さまは極めて高いロイヤリティを実現



プラットフォーム事業のトピックスです。
ECモール「and ST」の認知や会員基盤の拡大のため、前年に続きTVCMを放映しました。前年よりも対象エリアを拡大し、メディア露出を強化しながら、リアル店舗・EC店舗のポイント還元キャンペーンとも連動させました。施策の効果については、様々な指標で分析を行っていますが、新規会員獲得が前年同期比107%と、一定の効果があったと考えています。

【ここで、今期の新CMをご覧ください。】

and STポイント経済圏の深化にも取り組んでいます。
dポイント、楽天ポイントとのトリプル連携に加え、JALマイルとの相互交換や、自社クレジットカードの発行などを開始しました。クレジットカードは、想定以上にロイヤリティの高いお客さまの囲い込みにつながっています。

- **中国大陸** 売上は伸長も、春節ズレなどによる1月商戦の不調により赤字拡大
- **香港** 増収も年末からの冬物不調で減益、春夏は回復傾向
- **台湾** 出店と新ブランド展開の継続により増収増益
- **タイ** 昨年度の新店出店により増収
- **フィリピン** 1号店がほぼ横ばいで推移
- **米国** 2025年7月に売却を完了

(百万円)

	2025/12期	第1四半期 実績	2026/12期	
	第1四半期 実績		前年同期比(円ベース)	前年同期比(現地通貨ベース)
売上高	6,498	5,678	87.4%	83.7%
米国を除く売上高	4,726	5,678	120.2%	113.3%
中国大陸 ^{*1}	1,139	1,277	112.2%	105.8%
香港	1,210	1,370	113.2%	110.6%
台湾	2,232	2,835	127.0%	117.7%
タイ	108	157	145.9%	132.1%
フィリピン	35	36	103.3%	102.6%
米国 ^{*2}	1,772	-	-	-
営業利益 (HD化影響除く) ^{*1}	169	277	163.4%	141.2%
米国を除く営業利益	346	277	80.2%	74.4%
中国大陸	▲72	▲186	-	-
香港	38	▲3	-	-
台湾	432	546	126.5%	117.2%
タイ	▲36	▲51	-	-
フィリピン	▲15	▲27	-	-
米国 ^{*2}	▲176	-	-	-

*1: 売上高は内部取引消去後、営業利益は内部取引消去前を表記しております

*2: 米国には、靴ゼットの米国事業は含まれておりません

次に、グローバル事業です。
グローバル事業の連結対象期間は、1月から3月です。

円ベースの売上高は、前期に米国事業から撤退した影響により、前年同期比87.4%の56億円となりました。米国の撤退影響を除くと、前年同期比120%となり、全エリアで売上が増加しました。営業利益は2.7億円となりました。

中国大陸は、売上は伸長していますが、春節のズレなどによる1月商戦の不調により、赤字が拡大しました。一方、新店は好調であり、今期通期での黒字化目標の達成に向け、対策を進めています。香港も増収しましたが、年末からの冬物商戦の不調で減益となりました。春夏は回復傾向にあります。台湾は、出店と新ブランド投入を継続し、増収増益となりました。

タイは前期の新店により増収、フィリピンは横ばいで推移しました。立ち上げフェーズのため赤字ですが、計画と同程度です。

■ 東アジアにおける成長トレンドの継続と、新たな市場開拓の進展

- ・ 台湾を中心に東アジアでの好調なトレンドが継続し、グローバル事業の成長を牽引
- ・ 新規出店が順調に進捗。香港では初となるアウトレット店舗を出店
- ・ 東南アジアでも引き続き出店準備中

中国大陸



niko and ...

杭州恒隆广场

香港



andST

Megabox (Outlet store)

台湾



台中漢神Stadium

グローバル事業のトピックスです。
第1四半期は、中国大陸、香港、台湾で出店が進みました。

中国大陸では、新たに杭州エリアに出店し、リアル店舗によるブランド認知拡大とECを連携するクロスチャネル戦略を進めています。

香港は初のアウトレット店舗を出店、台湾では新規開業のモールに3ブランドを同時出店しました。
東南アジアでも、引き続き出店準備を進めています。

- **アダストリア** グローバルワークは緩やかな回復を継続、広告宣伝や値引を抑え利益も改善
ニコアンド、ローリーズファーム、スタディオクリップ、レプシムは引き続き好調、ラコレも出店が進捗
- **エレメントルール** 複数ブランドで春夏のMDが不調、昨年ヒットした商品の反動で減収
- **BUZZWIT** セールの抑制により売上は減収も、増益確保
- ◆ **国内EC** EC比率：26.9%、自社EC比率：14.0%

		売上高(百万円)*			店舗数	
		2026/2期 第1四半期 実績	2027/2期		2026/2期 第1四半期末	2027/2期 第1四半期末
			第1四半期 実績	前年同期比		
国内グループ会社	アダストリア	59,547	63,424	106.5%	1,321	1,336
	エレメントルール	3,714	3,563	95.9%	82	82
	BUZZWIT	3,014	2,871	95.3%	29	29
アダストリア ブランド別	グローバルワーク	14,545	14,887	102.4%	222	229
	ニコアンド	9,234	9,985	108.1%	145	149
	ローリーズファーム	6,237	6,896	110.6%	126	131
	スタディオクリップ	5,896	6,483	110.0%	188	190
	レプシム	4,576	5,421	118.5%	116	121
	ラコレ	3,538	3,893	110.0%	94	102
	ジーナシス	2,839	2,987	105.2%	68	68
	ベイフロー	2,836	2,724	96.0%	62	65

*グループ内取引消去後

次にブランドリテール事業です。

主力のアダストリアでは、不調であったグローバルワークの緩やかな回復が継続し、広告宣伝や値引きを抑えて利益も改善しています。

アダストリアのブランド別では、

グローバルワークは昨年の下期から実施しているエントリープライス商品の投入やトレンド商品を取り入れたMD、店頭の鮮度を上げるVMDやIPコラボの施策を継続しており、成果が出つつあります。

その他の主力ブランド、ニコアンド、ローリーズファーム、スタディオクリップ、レプシム、ラコレの好調や出店が貢献し、アダストリアの売上高は前年同期比106.5%となり、期初計画を上回っています。

ハイブランドを展開するエレメントルールは、

複数のブランドで春夏のMDが不調で、昨年ヒットした商品の反動もあり、減収となりました。

EC専業のBUZZWITは、

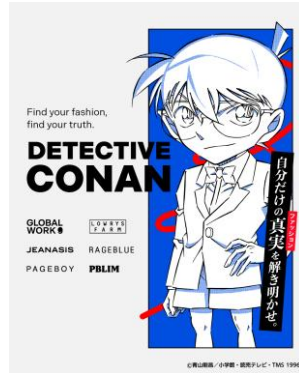
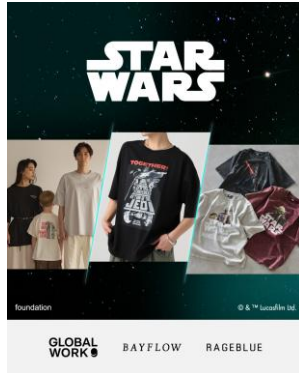
セールの抑制により減収となりましたが、増益となっています。

国内アパレルのEC売上比率は26.9%、自社EC比率は14%となりました。

■ OMO施策の進化と体験価値の提供により、リアル店舗が売上高前年同期比106.6%と好調に推移

- ・ 自社EC「and ST」のデジタルクーポンをリアル店舗でも一部利用可能にし、利便性の向上と来店動機を創出
- ・ スタッフボードの人気スタッフやIPコラボ商品の販売と連動した来店イベントや、リアル店舗限定のノベルティ施策を実施
- ・ コアファン層の店舗誘致と店頭での買上率を底上げ

人気IPと複数ブランドによるコラボ企画事例



ブランドリテール事業のトピックスです。
 今期は、リアル店舗強化を方針として掲げています。
 OMO施策の進化として、
 「and ST」アプリのデジタルクーポンをリアル店舗でも一部利用できるようにするなどの改善をしました。

また、来店動機の創出となる体験価値の提供では、
 人気IPとのコラボを複数ブランドが横断で行う施策を、実施しました。
 ドラえもん、スターウォーズ、名探偵コナンといった人気IPを、
 それぞれのブランドの特徴を活かした商品に落とし込み、店頭の鮮度向上にもつなげています。

	2026/2期		2027/2期 第1四半期末		
	第1四半期末 店舗数	期末 店舗数	出店	退店	期末 店舗数
グローバルワーク	222	226	3	0	229
ニコアンド	145	147	2	0	149
ローリーズファーム	126	128	3	0	131
スタディオクリップ	188	188	2	0	190
レブシム	116	119	2	0	121
ラコレ	94	100	2	0	102
ジーナシス	68	68	1	▲1	68
ベイフロー	62	64	1	0	65
その他	300	283	2	▲4	281
アダストリア合計	1,321	1,323	18	▲5	1,336
(うちWEBストア)	(68)	(62)	(0)	(▲1)	(61)
国内子会社合計	123	121	5	0	126
(うちWEBストア)	(49)	(49)	(1)	(0)	(50)
国内合計	1,444	1,444	23	▲5	1,462
(うちWEBストア)	(117)	(111)	(1)	(▲1)	(111)

*2027/2期 第1四半期連結で改装12店舗

	2026/2期		2027/2期 第1四半期末		
	第1四半期末 店舗数	期末 店舗数	出店	退店	期末 店舗数
中国大陸	13	18	0	0	18
香港	29	32	1	0	33
台湾	90	98	0	0	98
タイ	4	6	0	0	6
フィリピン	1	3	0	0	3
米国	11	0	-	-	-
海外合計	148	157	1	0	158
(うちWEBストア)	(28)	(29)	(0)	(0)	(29)
ゼットン	77	73	2	▲1	74
連結合計	1,669	1,674	26	▲6	1,694
(うちWEBストア)	(145)	(140)	(1)	(▲1)	(140)

出退店の状況です。

2026年5月末において、飲食事業を除く店舗数は、国内1,462店舗、海外158店舗となりました。ゼットンの店舗74店舗を含めると、グループ連結では合計1,694店舗となり、前年同期比で25店舗増加しました。

- 棚卸資産 前年同期末比100.7% 在庫を適正化する期初計画に沿って運営
- 有形固定資産 福岡物流センターと米国事業の売却などによる減少
- 無形固定資産 のれんの減損などによる減少
- 純資産 純資産比率は56.9%、前年同期末比+3.7p

(百万円)

	2025年5月末		2026年2月末		2026年5月末			
		構成比		構成比	構成比	2025年5月末比	2026年2月末比	
流動資産	78,078	53.1%	77,644	55.6%	84,179	57.3%	+6,101	+6,534
現預金	23,566	16.0%	24,912	17.8%	26,154	17.8%	+2,587	+1,241
棚卸資産	29,921	20.4%	30,526	21.9%	30,144	20.5%	+223	▲381
固定資産	68,848	46.9%	62,043	44.4%	62,836	42.7%	▲6,012	+792
有形固定資産	27,384	18.6%	24,727	17.7%	25,473	17.3%	▲1,911	+745
無形固定資産	16,093	11.0%	12,579	9.0%	12,272	8.3%	▲3,820	▲306
のれん	2,881	2.0%	566	0.4%	520	0.4%	▲2,361	▲45
投資その他資産	25,369	17.3%	24,736	17.7%	25,089	17.1%	▲280	+353
総資産	146,926	100.0%	139,688	100.0%	147,015	100.0%	+89	+7,327
負債	68,719	46.8%	57,864	41.4%	63,401	43.1%	▲5,318	+5,536
借入金	10,737	7.3%	-	-	6,000	4.1%	▲4,737	+6,000
純資産	78,206	53.2%	81,823	58.6%	83,614	56.9%	+5,407	+1,790
自己株式	▲6,177	▲4.2%	▲6,098	▲4.4%	▲6,061	▲4.1%	+115	+37

連結貸借対照表の状況です。

棚卸資産は、前年同期比100.7%と、在庫を適正化する期初計画に沿った運営ができています。有形固定資産は、前期に福岡物流センターや、米国事業を売却したことなどにより減少しました。無形固定資産は、前期ののれん減損などにより、減少しました。

純資産は836億円、純資産比率は56.9%と、引き続き健全な水準と考えております。

■ 通期業績予想を据え置き

- 第1四半期は計画を上回ったが、下期の為替と原価上昇を慎重に見ており、通期業績予想は据え置き

(百万円)

	2026/2期 (実績)	2027/2期 通期 (予想)	
			前期比
売上高	304,351	314,000	103.2%
売上総利益	166,108	172,850	104.1%
売上総利益率	54.6%	55.0%	+0.4p
販管費	149,583	155,650	104.1%
販管費率	49.1%	49.6%	+0.5p
営業利益	16,524	17,200	104.1%
営業利益率	5.4%	5.5%	+0.1p
経常利益	16,827	17,200	102.2%
経常利益率	5.5%	5.5%	+0.0p
親会社株主に帰属する当期純利益	9,498	10,500	110.5%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.1%	3.3%	+0.2p
ROE	12.0%	12.4%	+0.4p
EBITDA	28,939	27,880	96.3%
減価償却費	11,971	10,500	87.7%
のれん償却費	443	180	40.6%

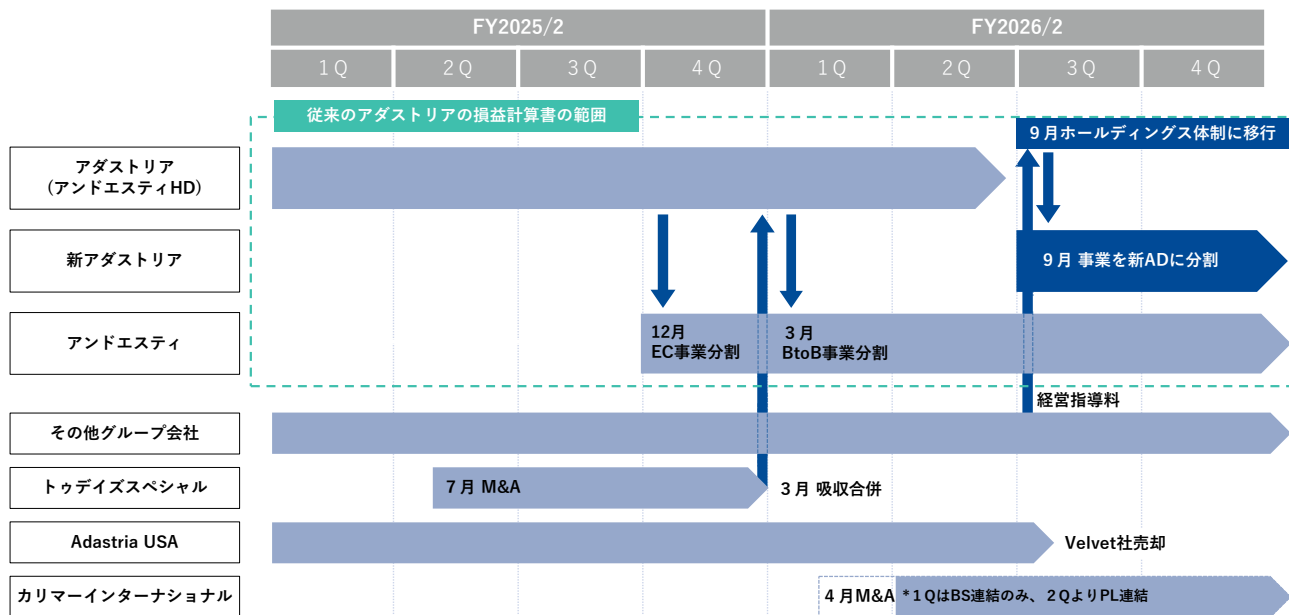
2027年2月期の通期連結業績予想です。

第1四半期は計画を上回りましたが、下期の為替や中東情勢からくる原価上昇を慎重に見ており、連結業績予想は据え置きとしています。

但し、期初業績予想発表時から、業績予想を上回る着地を目指していくとご説明している通り、第2四半期以降が急に減速して減益になるという見通しを立てているものではありません。

期初の時点から、上期は増益、下期は前年と同程度の営業利益を計画しており、円安や原価上昇が進んでいますが、現時点では計画通りに進行できると考えています。

私からのご説明は以上です。



(参考)

業績予想の適切な利用に関する説明

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

その他留意事項

資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は元データから算出しております。

Play fashion!